

课程名称：《理财经理营销能力提升（2天）》

主讲：王铁勇老师 6课时

课程收益：

通过课程的学习，帮助理财经理提升营销综合能力，首先通过对于银行变革及客户需求变化有一个基本的认识，再到银行零售产品的销售，包括理财产品的营销及其他代理产品营销的关键点进行解析；结合如何通过厅堂联动营销开发流量客户的理财产品销售、如何通过电话营销及顾问式营销流程提升存量客户的价值提升及理财产品销售的成功率、如何通过商户客户开发 POS 等相关金融业务、如何针对周边社区进行增量客户的拓展、如何通过厅堂活动的设计及营销氛围布置做到营销活动上的内外联动、如何通过厅堂微沙龙及沙龙运作发展产品销售，通过以上内容的讲解及实操演练帮助理财经理在课程学习中提升网点营销实战能力，为网点产能提升及产品销售发力奠定基础。

课程对象：理财经理

课程大纲/要点：

一、零售银行发展变革下的厅堂营销

- 1、网点物理渠道的业态变化
- 2、互联网+银行的业态变化
- 3、客户需求的变化
- 4、不同客群的需求分析

二、差异化网点经营策略

- 1、差异化网点经营策略实施步骤
- 2、资源盘点的重要性
- 3、主流客群的需求及经营思路（形式——头脑风暴、展示及讲师点评）
- 4、主流客群经营的“六个专”

三、零售产品销售解析

1、理财产品解析

- 理财产品的种类及区别
- 理财产品的创新
- 理财产品在客户资产配置中的重要性
- 理财销售时常见异议处理

2、保险产品销售解析

- 保险产品分类
- 保险产品在客户资产配置中的重要性
- 保险产品配置比例

3、基金及定投销售解析

- 基金产品种类
- 基金产品在客户资产配置中的重要性
- 基金产品的选择
- 基金定投的销售

4、黄金销售解析

- 黄金销售的技巧
- 黄金销售的新型模式

四、流量客户产品营销

- 1、流量客户的联动营销流程
- 2、各岗位联动营销职责
- 3、厅堂潜力客户识别技巧
- 4、联动营销演练
- 5、常见障碍破除

五、存量客户电话营销技巧提升

- 1、电话营销的正确定义
- 2、电话营销的时间选择
- 3、优秀的电话营销流程
- 4、切入点

- 5、意向追踪电话
- 6、存量盘活电话
- 7、经营维护电话
- 8、电话营销演练
- 9、关注边缘信息的作用

六、顾问式营销流程

- 1、营销的不同层次
- 2、顾问式营销流程
 - 接触
 - 说明
 - 促成
- 3、优秀营销所需具备的三项能力
 - 说
 - 听
 - 观察
- 4、顾问式营销的主线
 - 寒暄赞美
 - 赞美练习
- 5、促成的7种方式
- 6、观察的技巧
- 7、其他技巧

七、商户业务开发

- 1、商户开发的意义
- 2、商户开发的三赢模式
- 3、商户开发的流程
- 4、案例分析
- 5、模拟演练

八、社区增量客户开发

- 1、社区开发的重要意义

- 2、社区开发的流程梳理
- 3、优秀的社区开发活动设计及组织
- 4、案例分析

九、厅堂活动的设计

- 1、如何通过有效的厅堂活动带动业绩增长
- 2、如何通过成体系的活动设计实现内外联动
- 3、厅堂活动的案例分析
 - 厅堂活动案例
 - 宣传品的设计
 - 营销氛围布置
- 4、厅堂活动设计展示（小组研讨+展示）

十、厅堂微沙及客户沙龙运作

- 1、什么是微沙
- 2、微沙的流程
- 3、微沙的主题
- 4、微沙的工具
- 5、微沙的展示（小组研讨+展示）
- 6、客户沙龙运作
 - 转存类客户沙龙运作
 - 产品销售类客户沙龙运作
 - 沙龙运作的注意事项
 - ◇ 邀约
 - ◇ 细作
 - ◇ 渲染
 - ◇ 录制
 - ◇ 追踪